传统文化节目在新媒体时代的传播策略

吴姝丽
（河南广播电视台，河南 郑州 450003）

摘　要：互联网的兴起，改变了文化传播的格局，传统文化传播在新媒体时代也面临了前所未有的挑战。新媒体的传播特点以及时间性、社会性和技术性无疑为传统文化在新媒体中的传播带来了新机遇和新挑战。如何适应新媒体时代的融合发展大势，使传统文化类节目的内容更加丰富，形式多样化、更加贴近受众需求是本文需要讨论和阐述的重点。实践表明，只有将传统文化节目利用互联网的传播效率才能得到更多观众的青睐。本文将概述新媒体的特点以及新媒体时代下传统文化的现状分析，来找到传统文化节目在新媒体时代的传播途径。

关键词：互联网；新媒体时代；传统文化；传播途径；融合发展　　**中图分类号：**G129　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）10-108-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.10.032
本文著录格式：吴姝丽．传统文化节目在新媒体时代的传播策略 [J]. 中国传媒科技，2021（10）：108-110.

导语

随着互联网的飞速发展，中国已经全面进入互联网的新媒体时代。互联网的发展无疑是推动社会前进发展的主要驱动力。在这个全新的新媒体时代，人们的工作、生活、环境因为有了互联网技术的支撑而变得越来越方便快捷。新媒体主要是指利用报刊、广播、电视等传统媒体之后兴起的一种利用数字、网络、移动等技术通过互联网渠道向终端用户提供娱乐服务的传播形式。它具有较强的互动性和传播性，能跨越不同的文化背景、不同的年龄阶段和不同的社会层次人员，为传统文化的弘扬和传播提供了重要的平台。[1] 如何在飞速发展的新媒体时代规避负面影响，带来正面的传播优势是当下每一个弘扬传统文化人必须清楚知道的重要事项。我国作为世界文化大国，有责任和义务将上下五千年的优秀传统文化在新媒体时代弘扬光大。

1. 新媒体的特点

1.1 娱乐性

众所周知，新媒体是当下最流行的一个词语，任何行业只要与新媒体挂钩，都会开创一个新的局面，它的出现给人们的工作、生活和学习都带来了前所未有的影响。在生产力的不断提升下，社会经济和科学技术不断地发展，受众精神层面的需求也日渐增高。互联网的出现刚好给人们的生活带来了新的视听体验和信息传播方式，人们通过网络可以搜索到大量自己感兴趣的新鲜资讯，也可以通过互联网来消遣时间，丰富自己的业余生活。尤其是随着网络用户数量的不断增加，来带动了互联网产业的形成，各种直播、短视频展示以及网络文学等新媒体形式不断涌现。

1.2 开放性

开放性是互联网发展中的一个重要特点，在互联网的虚拟环境下，人人都有言论自由、发布信息的权利。处于新媒体环境下的开放网络平台，任何信息都能快速的传播到每一个用户的耳中。但是这样的开放性也是一把双刃剑，在让用户足不出户知天下的同时，也为用户的安全埋下了隐患。因此只有正确的运用新媒体才能发挥其最大的作用。

2. 中国传统文化定义以及重要作用

2.1 传统文化的定义

中国传统文化是中华民族的一种精神和瑰宝，是中华人民智慧的结晶，也是中华民族历史遗产在现实生活中的展现。它主要体现在人与人之间的和谐发展，把个人与他人、人与自然以及个人与群体有机地联系起来，形成一种文化关系。以前的传统文化传播形式都是依靠报纸、电视、广播等等大众传媒，它们普遍存在更新速度慢、时效低、缺乏个性化的缺点，正是这样的缺点，没有办法让现代化的人们接受，久而久之，慢慢的淡出了人们的视线。[2]

2.2 传统文化节目对构建和谐社会的重要作用

中国传统文化是民族的灵魂，是人民群众精神文化的根本，是促进经济社会发展的重要因素。传统文化节目的构建有助于丰富人民的精神生活，提高人民的综合素质，促进社会和谐全面发展，形成良好的社会风气。在如今互联网快速发展的时代，新媒体的普及，传统文化与经济政治相互交融，与现代科技紧密结合，成为推动社会经济发展的强大动力。让优秀的传统文化走进生活，贴近生活，给群众的凝聚力带来巨大的作用，使其成为凝聚中华民族力量最强大的精神支柱。在新的历史长河下，传承和弘扬中华民族特色传统文化，是建设中国特色社会主义文化的重要途径，是每一个公民都需要尽到的责任。让中华传统优秀文化焕发蓬勃生机、展现独特魅力，实现创新发展，还需要依靠现代化的传媒方式，让更多的人认识到中国传统文化在中国的发展前进中占据的重要地位。

3. 新媒体时代给传统文化带来的影响

3.1 传统文化边缘化，传播出现不平衡

虽然，在新媒体的带动传播下，加快了传统文化的

传播，但是大部分的人，只是了解到了这个知识点，并未落实下去，这对弘扬传统文化精神是非常不好的表现。因此这样的情况下，使得传统文化边缘化，出现了实际情况和知识的差异，从而影响了传统文化的传播。

新媒体主要是以信息技术和互联网技术为支撑，但很多偏远山区由于经济的落后，网络基本社会不健全，没有办法利用互联网、新媒体等接收传统文化信息，导致传播出现了不平衡的情况。同时一些偏远山区的老人，生活习惯一直不曾改变，不愿意去接受一些新鲜事物，也不会利用新媒体接收传统文化，不能消化和感受传统文化的内涵，一定程度上为文化传播带来了阻碍，导致传播出现不平衡。

3.2 碎片化的传播方式使得人文传播严重缺失

新媒体的使用人群中主要为移动新媒体人群居多，即智能手机。正是因为新媒体时代，人们常用的是碎片时间来了解各种信息，而这样的碎片时间，相对较短，不能更好的对传统文化进行传播，因此在传播的效果上大打折扣。

传统文化不仅仅是一种文字的形式，它包含了中国五千年的历史文化，更是蕴含了我国数千年来发展的人文思想和人文情怀，对当代的人们有着巨大的价值。[3] 但是当前的新媒体传播，往往都是娱乐为主，更加重视图片、视频和文字的传播，注重展示的画面效果，而忽略了人文传播的内涵和思想文化，这非常不利于弘扬传统文化的核心思想。

3.3 新媒体的冲击下，传统文化传播质量差强人意

众所周知，新媒体的一大特点就是娱乐性较强，这一特点正好与传统媒体的严谨性形成鲜明的对比。很多博主为了赢得观众的喜爱，在传播传统文化的同时融入了大量的娱乐成分，不仅没有办法表达传统文化的含义，还扭曲了传统文化的思想，这样的情况下，传统文化发挥的人文价值就不值得一提。

在网络平台上学习传统文化，很多内容都与其本质有出入，受众多方面的因素影响，使得人们对传统文化了解的甚少，再加上各种杂七杂八信息的干扰，传统文化的传播效果就不言而喻了。虽然新媒体对传播速度和广度都有一定的好处，但是由于信息量极大，很少用户能辨别真伪，直接导致传统文化得不到更好的发展。

4. 新媒体时代给传统文化节目带来的优势

得益于新媒体的出现，受众改变了以往信息接收和传播的方式，同时还给广电传统文化类节目带来了难得的发展机会，传统文化类节目只有把握住这次变革带来的机遇，才能更好的将传统文化推向世界，推向一个新高度。

4.1 为传统文化的传播带来了机遇

传统文化源远流长，上下几千年的传承，是中华民族重要的精神食粮，更是留给后人的宝贵财富，一代又一代的中华儿女在传统文化影响下，创造了一个又一个的历史。[4] 但是随着生活和工作节奏的加快，许多珍贵的传统文化逐渐被人们抛在了脑后，这归根结底就是传统文化的推广不足。伴随着传统媒体收听收视的下滑，导致传统媒体的文化辐射大不如前。新媒体恰好相反，年轻人已经成为新媒体时代的信息消费主体，用更趋年轻态叙事表达方式和更符合市场规律的叙事方式成为传统文化类节目寻求的突破与创新的选择。只有借助新媒体的发展，把传统文化节目的主要宣传场所由传统媒体转向新媒体，以更加新颖活泼的方式，打破次元壁垒，吸引更多年轻用户，才能让传统文化焕发出新的活力。

4.2 提升了传统文化传播的准确性

以往的传统文化传播都是类似于广播、电视上的公益、文化宣传类的节目，它的对标人群和时间都没有办法得到保障，这就是传统媒体的缺点。[5] 而新媒体的一大优势则是可以精准的投放内容，针对时间节点、人物分析、职业分析、性别分析制定出符合其特性的宣传内容，呈现在观众面前，最大程度的降低了观众的厌烦态度。同时针对这些用户，记录下其喜爱、空余时间，就能更加精准的投放传统文化的核心内容，让文化的传播真真切切的落实到每一个用户的心里。

4.3 给传统文化传播提供了多样化

多样化的展示和播放想要传达的内容，也是新媒体的一大优势。而传统媒体的表现形式单一是使得传统文化传播受阻的重要原因之一。自从人们获取资讯的方式由最初的报纸、到后来的广播、电视为主要媒体的形式走进千家万户的时候，文字媒体已经进入了影像时代。这个时候的转型，由文字转换成影像是十分恰当的，取得了十分显著的效果。随着岁月的沉淀，时间的滑走，传统媒体又迎来了一次重大转型，广播电视的年代已经越来越远，新鲜事物的发展也在慢慢孵化。[6] 因此传统文化的传播也需要顺应潮流，紧跟时代的步伐，利用新媒体的多样化形式的展示来传播传统文化。

5. 传统文化节目在新媒体时代的传播路径

传统文化类节目历来是广播电视节目发展的重要领域。随着观众欣赏水平和口味的提升，传统文化类节目创新难问题日益突出。在互联网新媒体时代，想要中华传统文化更好的传播，就必须学会接纳新鲜事物的兴起，运用新思路打开局面。

5.1 加速融合传播，实现广传播

据相关数据调查发现，移动社交媒体是新媒体中被人们使用率最高的工具。微信、微博、抖音、快手更是个中翘楚，拥有最庞大的用户群体。[7] 对传统文化传播而言，这样的阵地和机遇是不允许错过的。这些社交平台具有极强的口碑传播能力，这个能力正是传播传统文化迫切需要的，只有抓紧占领这个移动社交阵地，才有

机会把传统文化推向一个新高度。

根据这些新媒体平台的特点，传统媒体可通过借助与新媒体平台的深度合作，以账号入驻、内容同创等形式打造传统文化传播的新路径。2021 年，10 家卫视春晚与快手开展了大规模多形式的合作，通过创新宣传方式、文艺内容共创和推广等手段，真正实现了大屏小屏联动，增强了中华传统文化的传播效果，提高了传统文化在年轻群体中的感染力。

此外，用互联网思维进行传播对于内容小众、有一定观看门槛的文化类节目显得尤为重要。《我在故宫六百年》把网络首播选在了哔哩哔哩，是因 B 站在弹幕功能的催化下，形成了一个全新的纪录片观影场景，在这里更容易找到属于自己的观众，也赋予传统文化更多维度的传播价值。

5.2 守正创新，强化内容为王

随着技术的迭代创新，总会不断出现新兴的传播手段、传播渠道，但传播的核心始终是内容，无论是广播、电视、报纸还是新媒体，要占领市场、争夺受众，最关键的还是看能不能源源不断为受众提供优质的内容、有效的信息，积极运用受众喜爱的表现手法、艺术形式，扬弃继承、转化创新，赋予传统文化新的时代内涵和现代表达，使中华民族最基本的文化基因与当代文化适应、与现代社会相协调，将受众的注意力吸引到自身渠道和平台上来。比如说《中国诗词大会》《国家宝藏》《经典咏流传》等一批思想精深、艺术精湛、制作精良的精品节目，等都已成为“综 N 代”，这些节目的长青秘诀就是找到符合具体文化内容的传播规律，赋予其独特的表达方式，吸引固定的收视人群，以优质的内容、现代化的表现手法继承和发扬了中华优秀的传统文化，让传统文化以新的方式烛照当下。[8]

5.3 新技术赋能，年轻化表达

新机遇来源于新技术的赋能。随着新技术的迭代升级，给生产更多、更丰富的文化场景提供了更大、更多的可能。特别是 5G、大数据、人工智能的应用，使原来很多的不可能成为可能。同时，利用新技术实现青春态新表达，让青年人喜爱传统文化，并自觉践行文化传承和文化创新，破圈、扩圈才有机会成为可能。《诗意中国》本季在传播策略上进击年轻圈层，通过创意古风视频、Rap 短视频、AI 苏东坡“开口”念诗、H5 互动答题等方式优化用户体验。为苏东坡量身打造的推广曲《饕餮人间》还火到了国外，令节目成功出圈、出海。全网赞爆的《唐宫夜宴》，也是用新媒体手段包装传统舞蹈，节目利用 5G AR 技术，将虚拟的场景和现实的舞台相结合，虚拟背景又展示了“妇好鸮尊”“莲鹤方壶”“贾湖骨笛”“捣练图”“簪花仕女图”“备骑出行图”“千里江山图”等七大国宝，动感、时尚、国潮风紧贴年轻人的审美，用现代化技术演绎了传统文化。

结语

新媒体和新技术的快速发展，是推进社会前进的主要因素，但是这种快节奏的生活模式，让人们在中华传统文化教育方面有了缺失。本文主要从五大方面阐述了新媒体时代下传统文化节目的传播策略。首先分析的是新媒体的特点，其次是新媒体时代，传统文化的现状，根据特点及现状分析出新媒体对传统文化的影响和带来的优势，最后总结以上观点，给出传统文化节目的传播策略。如何在新的历史时期，将中华传统文化更好地推向大众，是所有推广者们共同思考的问题。结合当前社会情况，传统文化节目将以融合传播为核心，内容为王、年轻化表达和新技术赋能为载体搭建传播新路径。媒

参考文献

[1] 邱志玲 . 新媒体时代传统文化传播的机遇与挑战 [J]. 福建商学院学报，2017（1）：89-93.

[2] 黄丹 . 新媒体时代中国传统文化传承的困境与反思 [J]. 重庆邮电大学学报（社会科学版），2017（5）：75-80.

[3] 彭欣 . 新媒体时代传统文化传承的现实困境与创新策略 [J]. 江西社会科学，2014（12）：233-238.

[4] 崔文君，宋雁超 . 新媒体语境下中国优秀传统文化传播路径研究 [J]. 大舞台，2015（8）：232-233.

[5] 王凌芳 . 新媒体时代下中华传统文化的传播策略 [J]. 四川戏剧，2015（8）：44-47.

[6] 吕莎，安德胜 . 新媒体时代传统文化传播途径研究 [J]. 传播力研究，2019（34）：23.

[7] 张婕，苗思雨，逯鹏祥，王大荣 . 新媒体时代传统文化的传播特征与对策研究 [J]. 城市党报研究，2020（3）：90-92.

[8] 林喆 . 新媒体时代中国传统文化传播的机遇与挑战 [J]. 传媒论坛，2020（8）：127-128.

作者简介：吴姝丽（1979-），女，河南郑州，主任编辑，研究方向：广播电视传播发展。

（责任编辑：张晓婧）